

TÒA GIÁM MỤC XUÂN LỘC
TRƯỜNG CAO ĐẲNG HÒA BÌNH XUÂN LỘC



GIÁO TRÌNH
MÔN HỌC: MARKETING DU LỊCH
NGÀNH: HƯỚNG DẪN VIÊN DU LỊCH
TRÌNH ĐỘ: TRUNG CẤP

*(Ban hành kèm theo Quyết định số: /QĐ-CDHBL ngày tháng năm
của Hiệu trưởng Trường Cao đẳng Hòa Bình Xuân lộc)*

Đồng Nai, năm 2021

(Lưu hành nội bộ)

TUYÊN BỐ BẢN QUYỀN

Tài liệu này thuộc loại sách giáo trình nên các nguồn thông tin có thể được phép dùng nguyên bản hoặc trích dùng cho các mục đích về đào tạo và tham khảo.

Mọi mục đích khác mang tính lệch lạc hoặc sử dụng với mục đích kinh doanh thiếu lành mạnh sẽ bị nghiêm cấm.

TaiLieu.vn

LỜI GIỚI THIỆU

Marketing du lịch là một lĩnh vực quan trọng trong ngành công nghiệp du lịch, nơi các doanh nghiệp, tổ chức và cơ quan quản lý sử dụng các chiến lược và công cụ marketing để quảng bá điểm đến, sản phẩm và dịch vụ du lịch. Đây là một lĩnh vực đầy thách thức nhưng cũng rất thú vị, nơi chúng ta sẽ khám phá cách các doanh nghiệp và tổ chức du lịch sử dụng chiến lược marketing để thu hút và duy trì du khách. Trong bối cảnh cạnh tranh gay gắt và thị trường du lịch liên tục biến đổi, việc hiểu và áp dụng các nguyên tắc marketing một cách hiệu quả là vô cùng cần thiết.

Môn học tập trung vào việc phân tích và áp dụng các lý thuyết marketing vào thực tiễn quản lý và phát triển sản phẩm du lịch; khám phá cách thức xây dựng và thực hiện các chiến lược quảng bá điểm đến, quản lý thương hiệu, và phát triển các dịch vụ du lịch theo nhu cầu và mong muốn của khách hàng. Bên cạnh đó, môn học cũng sẽ giới thiệu các phương pháp nghiên cứu thị trường, phân tích hành vi tiêu dùng, và đánh giá hiệu quả của các chiến dịch marketing trong ngành du lịch.

Một khía cạnh quan trọng của môn học là sự liên kết giữa lý thuyết và thực tiễn, khi nghiên cứu các tình huống thực tế và các ví dụ điển hình từ nhiều khu vực trên thế giới. Việc này giúp sinh viên không chỉ nắm vững kiến thức cơ bản mà còn có khả năng vận dụng vào các tình huống cụ thể trong tương lai; thảo luận về các xu hướng mới nổi như du lịch bền vững, marketing số, và quản lý trải nghiệm khách hàng, từ đó định hình cách nhìn nhận và ứng dụng các chiến lược marketing hiện đại.

Với mục tiêu đào tạo những chuyên gia marketing trong ngành Nghiệp vụ nhà hàng có khả năng thích ứng với sự biến đổi không ngừng của thị trường du lịch, môn học này hy vọng sẽ cung cấp cho các bạn sinh viên những kiến thức sâu rộng, kỹ năng phân tích sắc bén, và khả năng sáng tạo trong việc xây dựng các chiến lược marketing hiệu quả; trở thành nền tảng vững chắc, giúp định hướng và phát triển sự nghiệp trong ngành công nghiệp du lịch đầy tiềm năng và thách thức này.

Giáo trình Marketing du lịch dành riêng cho người học trình độ trung cấp.

Nội dung của giáo trình bao gồm các chương sau:

Chương 1: Tổng quan về marketing và marketing du lịch

Chương 2: Thị trường kinh doanh du lịch

Chương 3: Chính sách sản phẩm-dịch vụ du lịch

Chương 4: Chính sách giá trong kinh doanh du lịch

Chương 5: Tổ chức phân phối sản phẩm-dịch vụ trong du lịch

Chương 6: Xúc tiến sản phẩm du lịch và một số chính sách marketing khác

Chương 7: Tổ chức bán hàng hoá-dịch vụ trong du lịch

Chương 8: Tổ chức thực hiện và kiểm tra các hoạt động Marketing

Trong quá trình biên soạn, chúng tôi đã tham khảo và trích dẫn từ nhiều tài liệu được liệt kê tại mục Danh mục tài liệu tham khảo. Chúng tôi chân thành cảm ơn các tác giả của các tài liệu mà chúng tôi đã tham khảo.

Bên cạnh đó, giáo trình cũng không thể tránh khỏi những sai sót nhất định. Nhóm tác giả rất mong nhận được những ý kiến đóng góp, phản hồi từ quý đồng nghiệp, các bạn người học và bạn đọc.

Trân trọng cảm ơn./.

Đồng Nai, ngày tháng năm 2021

Tham gia biên soạn

1. Chủ biên ThS. Nguyễn Xuân Khuê
2. ThS. Phạm văn Thành
3. TS. Nguyễn Văn Thuân
4. TS. Nguyễn Văn Quyết
5. Th.S. Nguyễn Ngọc Diệp

MỤC LỤC

LỜI GIỚI THIỆU	2
MỤC LỤC	4
GIÁO TRÌNH MÔN HỌC	5
CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ MARKETING VÀ MARKETING DU LỊCH.....	11
CHƯƠNG 2: THỊ TRƯỜNG KINH DOANH DU LỊCH.....	15
CHƯƠNG 3: CHÍNH SÁCH SẢN PHẨM-DỊCH VỤ DU LỊCH.....	20
CHƯƠNG 4: CHÍNH SÁCH GIÁ TRONG KINH DOANH DU LỊCH.....	25
CHƯƠNG 5: TỔ CHỨC PHÂN PHỐI SẢN PHẨM-DỊCH VỤ TRONG DU LỊCH.....	30
CHƯƠNG 6: XÚC TIẾN SẢN PHẨM DU LỊCH VÀ MỘT SỐ CHÍNH SÁCH MARKETING KHÁC	35
CHƯƠNG 7: TỔ CHỨC BÁN HÀNG HOÁ - DỊCH VỤ DU LỊCH.....	39
CHƯƠNG 8: TỔ CHỨC, THỰC HIỆN VÀ KIỂM TRA CÁC HOẠT ĐỘNG MARKETING.....	43

GIÁO TRÌNH MÔN HỌC

1. Tên môn học: Marketing du lịch

2. Mã môn học: MH19

3. Vị trí, tính chất, ý nghĩa và vai trò của môn học:

3.1. Vị trí:

- Giáo trình dành cho người học trình độ trung cấp tại trường Cao đẳng Hòa Bình Xuân Lộc;
- Marketing du lịch là môn học chuyên ngành được áp dụng giảng dạy cho đối tượng người học các chuyên ngành về du lịch, cần được bố trí giảng dạy vào giai đoạn chuyên ngành của chương trình đào tạo.

3.2. Tính chất:

- Marketing du lịch là môn học nhằm cung cấp cho người học những kiến thức chuyên môn về marketing ứng dụng trong ngành du lịch học thuộc chuyên ngành, có liên quan đến rất nhiều các môn học khác như tâm lý du lịch, tổng quan du lịch,... Do vậy nên bố trí hợp lý giảng dạy với các môn lý thuyết cơ sở ngành khác nhằm nâng cao hiệu quả nhận thức cho người học. Đây là môn thi hoặc kiểm tra hết môn.

3.3. Ý nghĩa và vai trò của môn học: môn học có ý nghĩa quan trọng trong việc giúp sinh viên hiểu rõ cách thức hoạt động và phát triển của ngành công nghiệp du lịch trong bối cảnh toàn cầu hóa; cung cấp kiến thức chuyên sâu về cách xây dựng và quản lý thương hiệu, tạo ra và duy trì mối quan hệ với khách hàng, cũng như phát triển các chiến lược quảng bá và phân phối sản phẩm du lịch. Đồng thời, môn học còn giúp sinh viên nắm vững các phương pháp nghiên cứu thị trường và phân tích hành vi tiêu dùng, qua đó giúp các tổ chức và doanh nghiệp du lịch đáp ứng được nhu cầu và mong muốn của du khách. Việc áp dụng những kiến thức từ môn học này không chỉ góp phần vào sự tăng trưởng bền vững của doanh nghiệp mà còn nâng cao trải nghiệm của khách hàng, đóng góp vào sự phát triển tổng thể của ngành du lịch.

4. Mục tiêu của môn học:

4.1. Về kiến thức:

Sau khi học xong môn học này, người học có khả năng:

- A1. Trình bày được khái niệm marketing du lịch;
- A2. Nắm vững các khái niệm cơ bản và nâng cao về marketing, đặc biệt là các lý thuyết và mô hình liên quan đến ngành du lịch;
- A3. Khám phá vai trò của công nghệ số và các xu hướng hiện đại trong marketing du lịch, như tiếp thị kỹ thuật số, quản lý trải nghiệm khách hàng và du lịch bền vững.

4.2. Về kỹ năng:

- B1. Giải thích được các yếu tố Marketing Mix giá cả, phân phối, xúc tiến;

B2. Vận dụng được các nguyên tắc để xây dựng kế hoạch marketing cho doanh nghiệp kinh doanh du lịch.

B3. Kỹ năng giao tiếp và thuyết trình chuyên nghiệp để trình bày các chiến lược marketing du lịch.

B4. Kỹ năng sử dụng các công cụ số và phương tiện truyền thông xã hội để quảng bá và tiếp cận khách hàng tiềm năng.

4.3. Về năng lực tự chủ và trách nhiệm:

C1. Sinh viên cần chủ động trong việc tìm kiếm, nghiên cứu và nắm bắt các kiến thức mới liên quan đến marketing du lịch. Điều này bao gồm việc đọc thêm tài liệu, nghiên cứu các tình huống thực tế, và cập nhật các xu hướng mới trong ngành.

C2. Hiểu và tuân thủ các nguyên tắc đạo đức nghề nghiệp, bao gồm việc tôn trọng khách hàng, đồng nghiệp và các đối tác kinh doanh. Điều này đặc biệt quan trọng trong ngành du lịch, nơi uy tín và chất lượng dịch vụ là yếu tố then chốt;

C3. Biết lập kế hoạch và quản lý thời gian hiệu quả để hoàn thành các bài tập, dự án và nghiên cứu một cách đúng hạn. Việc này giúp họ phát triển kỹ năng tổ chức và đảm bảo rằng họ có đủ thời gian để hiểu sâu và áp dụng kiến thức.

C4. Thái độ chuyên nghiệp và tích cực trong việc hợp tác với các đối tác, khách hàng và đồng nghiệp để đạt được mục tiêu chung.

5. Nội dung của môn học

5.1. Chương trình khung

Mã MH, MĐ	Tên Môn học/ Mô đun	Số tín chỉ	Tổng số tiết	Lý thuyết	Thực hành	Thi/ Kiểm tra
I	Các môn học chung	13	255	106	134	15
MH01	Giáo dục chính trị	2	30	15	13	2
MH02	Pháp luật	1	15	9	5	1
MH03	Giáo dục thể chất	1	30	4	24	2
MH04	Giáo dục quốc phòng – An ninh	2	45	21	21	3
MH05	Tin học	2	45	15	29	1
MH06	Tiếng Anh	5	90	42	42	6

II.1	Môn học, mô đun cơ sở, chuyên môn	62	1445	476	912	57
II.1	Môn học, mô đun cơ sở	7	120	70	42	8
MH07	Tổng quan du lịch	2	30	14	14	2
MĐ08	Kỹ năng giao tiếp	1	30	14	14	2
MH09	Cơ sở văn hóa Việt Nam	2	30	14	14	2
MH10	Pháp luật du lịch	2	30	28	0	2
II.2	Môn học, mô đun chuyên môn	41	1085	252	798	35
MĐ11	Tổ chức kinh doanh nhà hàng	2	45	14	29	2
MĐ12	Tiếng anh chuyên ngành 1	4	90	28	58	4
MĐ13	Tiếng anh chuyên ngành 2	4	90	28	58	4
MĐ14	Kỹ năng bán hàng trong nhà hàng	2	45	14	29	2
MĐ15	Nghiệp vụ nhà hàng	3	60	28	29	3
MĐ16	Nghiệp vụ bàn	3	60	28	29	3
MĐ17	Nghiệp vụ bar	3	60	28	29	3
MĐ18	Xây dựng thực đơn	1	30	14	14	2
MH19	Marketing du lịch	2	30	14	14	2
MĐ20	Tin học ứng dụng trong nhà hàng	2	45	14	29	2
MĐ21	Nghiệp vụ chế biến món ăn	4	90	28	58	4
MĐ22	Quản trị tiệc	1	30	14	14	2
MĐ23	Thực hành nghiệp vụ 1	1	10		9	1
MĐ24	Thực hành nghiệp vụ 2	1	20		19	1
MĐ25	Thực tập tốt nghiệp	8	380		380	
II.3	Môn học, mô đun tự chọn	14	240	154	72	14

MH26	An ninh – an toàn trong nhà hàng	2	45	14	29	2
MH27	Nghiệp vụ văn phòng	2	30	14	14	2
MH28	Nghiệp vụ thanh toán	2	30	28	0	2
MH29	Văn hoá ẩm thực	2	45	14	29	2
MH30	Sinh lý dinh dưỡng	3	45	42	0	3
MH31	Tổng quan cơ sở lưu trú	3	45	42	0	3
Tổng cộng		75	1700	582	1046	72

6. Điều kiện thực hiện môn học:

6.1. Phòng học Lý thuyết/Thực hành: Đáp ứng phòng học chuẩn, thoáng mát, đủ tiện nghi.

6.2. Trang thiết bị dạy học: Projector, máy vi tính, bảng, phấn, âm thanh ánh sáng tốt, Micro không dây, crắc mắch chuyên đổi.

6.3. Học liệu, dụng cụ, mô hình, phương tiện: Giáo trình, mô hình học tập,...

6.4. Các điều kiện khác: Người học tìm hiểu thực tế tư liệu, tài liệu minh họa về chăm sóc khách hàng.

7. Nội dung và phương pháp đánh giá:

7.1. Nội dung:

- Kiến thức: Hiểu biết về marketing du lịch.
- Kỹ năng: PR sản phẩm.
- Năng lực tự chủ và trách nhiệm: thiết kế và bán sản phẩm.

7.2. Phương pháp:

Người học được đánh giá tích lũy môn học như sau:

7.2.1. Cách đánh giá

- Áp dụng quy chế đào tạo Cao đẳng hệ chính quy ban hành kèm theo Thông tư số 09/2017/TT-LĐTBXH, ngày 13/3/2017 của Bộ trưởng Bộ Lao động – Thương binh và Xã hội.
- Hướng dẫn thực hiện quy chế đào tạo áp dụng tại Trường Cao đẳng Hòa Bình Xuân Lộc như sau:

Điểm đánh giá	Trọng số
----------------------	-----------------

+ Điểm kiểm tra thường xuyên (Hệ số 1)	40%
+ Điểm kiểm tra định kỳ (Hệ số 2)	
+ Điểm thi kết thúc môn học	60%

7.2.2. Phương pháp đánh giá

Phương pháp đánh giá	Phương pháp tổ chức	Hình thức kiểm tra	Chuẩn đầu ra đánh giá	Số cột	Thời điểm kiểm tra
Thường xuyên	Viết/ Thuyết trình	Tự luận/ Trắc nghiệm/ Báo cáo	A1, A2 B1, B2 C1, C2	1	Sau 8 giờ.
Định kỳ	Viết/ Thuyết trình	Tự luận/ Trắc nghiệm/ Báo cáo	A3,B3,B4,C3,C4	2	Sau 22 giờ
Kết thúc môn học	Viết	Tự luận và trắc nghiệm	A1, A2, A3 B1, B2, B3, B4 C1, C2, C3, C4	1	Sau 30 giờ

7.2.3. Cách tính điểm

- Điểm đánh giá thành phần và điểm thi kết thúc môn học được chấm theo thang điểm 10 (từ 0 đến 10), làm tròn đến một chữ số thập phân.

- Điểm môn học là tổng điểm của tất cả điểm đánh giá thành phần của môn học nhân với trọng số tương ứng. Điểm môn học theo thang điểm 10 làm tròn đến một chữ số thập phân, sau đó được quy đổi sang điểm chữ và điểm số theo thang điểm 4 theo quy định của Bộ Lao động Thương binh và Xã hội về đào tạo theo tín chỉ.

8. Hướng dẫn thực hiện môn học

8.1. Phạm vi, đối tượng áp dụng: Đối tượng Trung cấp hướng dẫn viên

8.2. Phương pháp giảng dạy, học tập môn học

8.2.1. Đối với người dạy